

Para monetizar un podcast recomiendan plantear una estrategia de negocios

Especialistas en producción, distribución y monetización de contenidos de streaming aconsejan planeación, pasión y constancia en la generación de podcast

La monetización de un *podcast* se logra al seguir una estrategia creativa y financiera que construya comunidades y audiencias, luego llegará el financiamiento; esto lo definieron expertos en la charla “¿Cómo monetizar un podcast?”, transmitida en el XVII Encuentro Internacional de Periodistas (EIP) “Narrativas transmedia: volteando página”, que organiza la [Coordinación General de Comunicación Social de la Universidad de Guadalajara](#) [1], en el marco de las actividades de la [Feria Internacional del Libro de Guadalajara](#) [2] (FIL35).

Para María Catalina Colmenares-Wiss, asesora en gestión de medios de comunicación y análisis de inversión en América Latina, e integrante del Consejo Directivo de SembraMedia, asentada en Colombia, el primer paso es plantear una estrategia.

“Plantear la estrategia, la apuesta sostenible vista como un negocio. No se puede primero hacer el *podcast* y luego preguntarse ¿cómo monetizar?, ¿cuántos episodios?, ¿hay patrocinio?, ¿cómo me doy a conocer?, ¿cuál nicho atacar?”, destacó la especialista.

“La clave es la constancia, esto es importante, y en lo que se falla al principio”, destacó Francisco Izuzquiza, presentador desde 2014 del *podcast* “La escóbula de la brújula” en Podium Podcast.

“Si saco un episodio a la semana, lo saco porque tengo que generar hábito de escucha entre los oyentes, incorporarme a la rutinas de la gente”, subrayó el *podcaster*.

“Para monetizar un proyecto –explicó Colmenares-Wiss– hay que construir confianza con tus audiencias, que contribuyan a la sostenibilidad de tu proyecto, como es el caso de los proyectos pequeños e independientes. Luego, cuando crece la confianza de la audiencia escala a financiamientos más grandes e institucionales”.

Monetizar un *podcast* no tiene fórmulas, menos para quienes les interesa el dinero, pero no tienen idea del formato. “Mucha gente oye las campanas del dinero y nunca ha escuchado un *podcast*. Primero, hay que saber cómo se hace un *podcast*, cuál es el lenguaje, la narrativa”, afirmó Izuzquiza.

Él resumió el camino del podcast del siguiente modo: “Primero, haz algo que te apasione porque el camino es largo y complicado. Ten paciencia y constancia. Intenta preguntarte ¿por qué la gente debería de poner dinero en tu proyecto? Ponte en la piel del otro para ver tu valor añadido”, enfatizó.

Otro consejo para los entusiastas del *podcast* es que “hay que poner las ideas en un cuaderno o en una

hoja de Excel, definir los episodios, el equipo; establecer quiénes serían tus contribuyentes, tu plan de negocios, cuánto puedes invertir”, abundó Izuzquiza.

Los especialistas coincidieron en que el camino del *podcast* es largo, y no existen fórmulas, trucos, ni el éxito está garantizado: a diario se lanzan 17 mil nuevos episodios, de los cuales 5 mil 100 no pasan del primero; sin embargo, uno de los proyectos exitosos más representativo es Radio Ambulante, pionero del *podcast* que cuenta historias de América Latina.

El moderador de la charla, Abraham Torres, embajador de SembraMedia en México, dijo que un *podcast* puede consolidarse en un promedio de entre los dos y tres años si cuenta con un promedio de ingresos cercano a los 20 mil dólares; cantidad que puede aumentar o disminuir, acotó Izuzquiza, dependiendo de la entrega de los integrantes del equipo.

Durante el EIP han participado en reflexiones y análisis del quehacer periodístico figuras como Lourdes Mendoza, Camila Hernández, Silvia Aviñas, Paulina Chavira, Valeria Ríos, Jimmy Alvarado, Salvador García Soto; además de plataformas como Periodistas construyendo su propia plataforma, Podcast Daily, Comprender la noticia todos los días, y Periodismo global.

Atentamente

"Piensa y Trabaja"

"Año del legado de Fray Antonio Alcalde en Guadalajara"

Guadalajara, Jalisco, 3 de diciembre de 2021

Texto: Adrián Montiel González

Fotografía: Coordinación General de Comunicación Social UdeG

Etiquetas:

[María Catalina Colmenares-Wiss](#) [3]

URL Fuente:

<https://comsoc.udg.mx/noticia/para-monetizar-un-podcast-recomiendan-plantear-una-estrategia-de-negocios>

Links

[1] <http://www.comsoc.udg.mx/prensa>

[2] <https://www.fil.com.mx/>

[3] <https://comsoc.udg.mx/etiquetas/maria-catalina-colmenares-wiss>